

PERAN MODAL SOSIAL DALAM STRATEGI INDUSTRI KREATIF

(Studi di Sentra Kerajinan Kayu Jati Desa Jepon Blora Jawa Tengah)

RINGKASAN SKRIPSI



Oleh:
SI VERAWATI
08413244046

PROGRAM STUDI PENDIDIKAN SOSIOLOGI
JURUSAN PENDIDIKAN SEJARAH
FAKULTAS ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA
2012

PERAN MODAL SOSIAL DALAM STRATEGI INDUSTRI KREATIF (Studi di sentra kerajinan kayu jati Desa Jepon Kabupaten Blora)

ABSTRAK

Oleh:

Sri Verawati dan Siti Irene Astuti D

Konsep industri kreatif mulai banyak diperbincangkan oleh banyak pihak, dalam ranah pengusaha ataupun dalam ranah pendidikan tinggi. Industri kreatif berperan penting dalam dinamika ekonomi khususnya di Indonesia. Inpres Presiden No 6 tahun 2009, buku pengembangan ekonomi kreatif Indonesia 2009-2015 yang didalamnya terdapat 14 subsektor industri kreatif adalah sebagai bentuk perhatian Pemerintah terhadap industri ini. Namun demikian eksistensi industri kreatif mulai melemah. Fenomena tersebut cenderung terjadi di beberapa daerah di Indonesia, salah satunya adalah di Desa Jepon Blora yang merupakan salah satu sentra kerajinan kayu jati. Penelitian ini bertujuan mendeskripsikan peran modal sosial dalam strategi industri kreatif yang terdapat di sentra kerajinan kayu jati di Desa Jepon Kabupaten Blora.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan analisis deskriptif. Pemilihan informan dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik *purposive sampling*, yakni pengambilan data dari informan yang telah dikriteriakan sebelumnya. Kriteria tersebut adalah para pedagang yang terdapat di sentra kerajinan, pengrajin yang terdapat di sentra maupun luar sentra, serta ketua paguyuban yang terdapat di sentra kerajinan. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, dokumentasi. Teknik validitas data dilakukan dengan teknik triangulasi sumber. Teknik analisis data menggunakan model analisis interaktif Miles dan Huberman yang meliputi pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa modal sosial yang terdiri dari nilai norma, jaringan, kepercayaan dan resiprositas berperan dalam strategi industri kreatif di Sentra Kerajinan Jepon Blora Jawa Tengah.. Peran norma dalam strategi industri kreatif adalah pengrajin menjadi hati-hati dalam proses perolehan bahan baku, mempererat hubungan pengrajin dengan konsumen, serta mendorong kerjasama dalam produk kerajinan. Kepercayaan dalam strategi industri kreatif di Sentra kerajinan di Desa Jepon adalah transaksi dengan konsumen menjadi lancar, proses negosiasi harga kerajinan antar pengrajin atau antar pedagang dapat terselenggara dengan baik, barang dapat selesai tepat waktu sesuai dengan keinginan konsumen. Peran jaringan adalah dapat memperluas pemasaran produk kerajinan, mempermudah pengrajin memperoleh bahan baku, meningkatkan hubungan baik antar pengrajin, antar pedagang atau antar pengrajin dengan pedagang, Memudahkan pengrajin dalam mendapatkan pesanan. Peran resiprositas adalah ketersediaan produk kerajinan akan selalu tersedia, Memberikan keuntungan yang sama bagi pedagang maupun pengrajin.

Kata Kunci: Modal sosial, industri kreatif.

A. PENDAHULUAN

Konsep industri kreatif mulai banyak diperbincangkan oleh banyak pihak, baik dalam ranah pengusaha ataupun dalam ranah pendidikan tinggi. Industri kreatif dianggap berperan penting dalam dinamika ekonomi khususnya di Indonesia. Industri kreatif mampu memberikan kontribusi yang baik pada sektor perekonomian Indonesia hingga mampu bertahan dari krisis Amerika tahun 2008 silam. Kontribusi industri kreatif dalam kehidupan sosial menjadikan industri ini mendapatkan perhatian. Tahun 2009 dapat dikatakan sebagai tahun industri kreatif di Indonesia karena pada tahun ini dikeluarkan Inpres Presiden No.6 tahun 2009 yang mewajibkan Institusi Pemerintah membuat rencana aksi dalam membantu pengembangan industri kreatif. Pada tahun berikutnya, melalui Kementerian Perdagangan juga telah dikeluarkan buku Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025. Artinya terdapat perhatian Pemerintah terhadap potensi industri baik dalam skala nasional atau pada ranah pedesaan. Kementerian Perdagangan Republik Indonesia mengelompokkan industri kreatif menjadi 14 subsektor antara lain periklanan, arsitektur, pasar seni dan barang antik, kerajinan, desain, pakaian, video film dan fotografi, permainan interaktif, musik, seni pertunjukan, penerbitan dan percetakan, layanan komputer dan piranti lunak, televisi dan radio serta yang terakhir adalah riset dan pengembangan.

Namun demikian eksistensi industri ini mulai melemah. Eksistensi industri kreatif yang besar tidak terlepas dari proses kreatifitas yang tidak akan tumbuh dan berkembang apabila tidak didukung oleh modal budaya, modal sosial dan modal kreatif (Yasfar Amir, 2010: 4). Modal sosial adalah suatu modal yang berbentuk hubungan-hubungan antar aktor di dalam suatu ranah hubungan kerjasama yang mencakup norma, jaringan, kepercayaan serta resiprositas. Modal sosial adalah salah satu strategi untuk bisa eksis. Fenomena melemahnya eksistensi industri kreatif cenderung terjadi di beberapa daerah di Indonesia, salah satunya adalah di Desa Jepon Blora Jawa Tengah.

Sepanjang jalan Blora–Cepu khususnya di Desa Jepon terdapat kurang lebih 79 kios yang memasarkan hasil produk kerajinan khususnya yang terbuat dari kayu jati. Kerajinan kayu yang dipasarkan di sana pun beragam, ada mebel dari kayu jati, *gembol* atau ukiran dari akar kayu jati serta produk unggulan lain yakni kerajinan kayu yang dibuat dengan teknik bubut yang juga berasal dari kayu jati.

Kerajinan yang dijual hampir sama antar satu kios satu dengan kios lainnya. Sehingga memungkinkan terjadi persaingan serta kerjasama antar satu kios dengan yang lain, begitu pun juga kerjasama ataupun persaingan antar pengrajin baik antara pengrajin yang tergabung dalam Paguyuban atau pengrajin yang mandiri. Hal inilah yang memunculkan suatu modal yang disebut sebagai modal sosial. Ditambah lagi dalam memulai suatu usaha, modal tidak selalu identik dengan modal yang memiliki wujud seperti uang atau barang, tetapi juga modal yang tidak berwujud seperti modal intelektual, modal sosial, modal moral, dan modal mental (Suryana, 2007: 5). Modal sosial yang mengacu pada nilai, norma, kepercayaan, jaringan dan hubungan timbal balik inilah yang berpotensi menjadi strategi pengrajin untuk bisa eksis dalam memproduksi kerajinan kayu jati. Berdasarkan latar belakang di atas kemudian peneliti tertarik untuk mengkaji tentang Peran Modal sosial dalam strategi industri kreatif di sentra kerajinan kayu jati di Desa Jepon Kabupaten Blora.

B. KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PIKIR

1. Kajian Pustaka

a. Konsep Industri

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, industri didefinisikan sebagai kegiatan yang memproduksi barang yang menggunakan sarana dan peralatan (Depdiknas, 2008: 534). Menurut Wiko Saputra (Wiko Saputra: 44) Industri kreatif dapat dijabarkan sebagai industri yang berasal dari pemanfaatan kreatifitas, ketrampilan serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan

dengan menghasilkan dan mengeksploitasi daya kreasi dan daya cipta individu. Kementerian Republik Indonesia mengelompokkan industri kreatif sebagai berikut: (Wiko Saputra: 44).

- a) Periklanan atau *advertising*
- b) Arsitektur
- c) Pasar seni dan barang antik
- d) Kerajinan.Desain
- e) Fesyen
- f) Video, film dan fotografi
- g) Permainan interaktif
- h) Seni pertunjukkan
- i) Penerbitan dan percetakan
- j) Layanan komputer dan piranti lunak.
- k) Televisi dan radio
- l) Riset dan pengembangan.

b. Konsep Strategi

Mendirikan atau mengembangkan suatu usaha diperlukan strategi-strategi. Strategi ini sangat penting dan diperlukan agar barang yang dihasilkan dapat diterima oleh pembeli. Strategi adalah langkah-langkah yang harus dijalankan oleh suatu perusahaan untuk mencapai tujuan (Kasmir, 2011: 186). Strategi dalam hal ini dapat dikelompokkan menjadi beberapa, antara lain strategi produksi, pemasaran, harga, lokasi dan distribusi dan yang terakhir adalah promosi.

Strategi produksi berkaitan dengan proses produksi barang atau suatu kerajinan. Proses produksi barang ini mulai dari proses pemilihan bahan baku hingga proses terakhir yakni *finishing*. Strategi dalam hal produksi ini berkaitan pula dengan produk yang ingin dihasilkan. Produk merupakan sesuatu , baik berupa barang maupun jasa, yang ditawarkan ke konsumen agar diperhatikan, dan dibeli oleh

konsumen (Kasmir, 2011: 189). Strategi pemasaran berhubungan dengan langkah-langkah dalam mengenalkan produk ke lingkup yang lebih luas yang berhubungan dengan jaringan, dan sumber daya manusia yang dimiliki.

Strategi harga juga perlu diperhatikan disamping strategi pemasaran. Penentuan harga dalam strategi harga merupakan aspek yang sangat penting karena menjadi salah satu penyebab terjual atau tidaknya suatu barang yang ditawarkan. Suatu penentuan harga dapat disesuaikan dengan tujuan, antara lain:

- 1) Untuk bertahan hidup
- 2) Untuk memaksimalkan laba
- 3) Untuk memperbesar *market share*
- 4) Mutu produk
- 5) Karena pesaing

Beberapa model dalam penentuan harga suatu produk, antara lain:

a) Modifikasi harga

Modifikasi harga dapat dilakukan menurut hal-hal berikut ini antara lain:

- i. Menurut pelanggan
- ii. Menurut bentuk produk
- iii. Menurut tempat.
- iv. Menurut waktu.

b) Penetapan harga untuk produk baru

i. *Market skimming pricing*

Strategi ini mengasumsikan bahwa pembeli akan membeli dengan harga yang lebih tinggi karena memandang sebuah barang tersebut memiliki nilai prestise yang tinggi.

ii. *Market penetration pricing*

Market penetration pricing yaitu menetapkan harga serendah mungkin dengan tujuan untuk menguasai pasar.

2. Kajian teori

a. Teori Modal Sosial

Modal sosial menurut beberapa ahli antara lain adalah:

1) Menurut Bourdieu

Modal sosial merupakan jumlah sumber daya, aktual atau maya yang berkumpul pada seorang individu atau kelompok karena memiliki jaringan tahan lama berupa hubungan timbal balik pengenalan dan pengakuan yang sedikit banyak terinstitusionalisasikan (John Field, 2011: 23)

2) Menurut Coleman

Gagasan sentral dari modal sosial adalah bahwa jaringan sosial merupakan aset yang bernilai. Jaringan memberikan dasar bagi kohesi sosial karena mendorong orang bekerja satu sama lain dan tidak sekedar dengan orang yang mereka kenal langsung untuk memperoleh manfaat timbal balik (John Field, 2011: 300)

3) Menurut Putnam

Menurut Putnam modal sosial merujuk pada bagian dari organisasi sosial, seperti kepercayaan, norma dan jaringan yang dapat meningkatkan efisiensi masyarakat dengan memfasilitaskan tindakan– tindakan yang terkoordinasi (John Field, 2011: 49).

Dalam hal ini konsep modal sosial yang dijabarkan cukup banyak, ada yang berhubungan dengan kajian ekonomi atau budaya, namun pada penelitian ini modal yang dimaksudkan adalah kepercayaan, jaringan, norma dan hubungan timbal balik atau resiprositas mampu membentuk suatu strategi seperti yang terdapat pada sentra kerajinan kayu Jati di Desa Jepon Kabupaten Blora. Modal sosial juga memiliki komponen dasar, antara lain:

1. Kepercayaan

Kepercayaan (*trust*) dapat dikatakan sebagai suatu keadaan saling percaya di dalam suatu interaksi masyarakat. Menurut Putnam membedakan percaya dalam dua bagian,

kepercayaan yang mendalam ini biasanya didapatkan dari pengalaman pribadi. Sedangkan rasa percaya yang tipis dibangun atas dasar saling menguntungkan. Putnam menekankan bahwa rasa percaya yang tipis ini merupakan inti dari modal sosial dan dapat memelihara jaringan sosial yang terbentuk di dalam masyarakat.

Kepercayaan juga dapat dibaratkan sebagai pelumas yang membuat suatu kelompok atau organisasi dapat dijalankan secara efisien (Fukuyama, 2005: 20). Berdasarkan kemunculannya kepercayaan dapat dibedakan menjadi dua, antara lain kepercayaan *askriptif* dan kepercayaan *prosedural* (Damsar, 2009: 203) Kepercayaan *askriptif* merupakan kepercayaan yang muncul berasal dari ciri-ciri yang melekat pada pribadi seperti latarbelakang kekerabatan, etnis, keturunan yang dimiliki, sedangkan kepercayaan *prosedural* adalah kepercayaan yang timbul sebagai akibat dari proses interaksi sosial yang dilakukan oleh individu atau kelompok yang terlibat.

2. Norma

Norma dikatakan sebagai komponen dari modal sosial karena didalamnya dalam kebersamaan aturan yang mengikat antar individu yang saling berhubungan, yang nantinya dapat mendukung dalam mencapai tujuan bersama.

3. Jaringan

Jaringan menurut Fukuyama dalam hal ini dapat dijabarkan sebagai berikut:

Jaringan adalah sekelompok orang yang memiliki norma-norma atau nilai informal disamping norma-norma atau nilai-nilai yang diperlukan dalam transaksi biasa di pasar (Fukuyama, 2005: 245)

Jaringan sosial dapat digolongkan pada dua arah yaitu horisontal dan vertikal. Jaringan sosial horisontal adalah arah hubungan individu yang secara bersama-sama saling berbagi status dan kekuasaan yang sejajar, sedangkan jaringan sosial vertikal adalah arah jaringan sosial yang berdasarkan hierarki dan bersifat ketergantungan. Jaringan dengan kepercayaan yang tinggi akan berfungsi lebih baik dan akan lebih mudah daripada jaringan dengan kepercayaan yang rendah (Damsar, 2009: 103)

4. *Resiprositas*

Resiprositas yang dapat dikatakan sebagai pengorbanan timbal balik, di dalamnya terdapat pula tukar menukar akan tetapi berbeda dengan tukar menukar yang ada di pasar. Pertukaran bisa terjadi pada waktu berbeda, pihak yang satu memberikan manfaat tanpa harapan langsung, dan tidak mengharapkan imbalan yang sepadan. Pertukaran ini dekat dengan pertukaran moral dalam suatu komunitas sehingga muatan emosi sangat berbeda dengan pertukaran yang ada di pasar (Fukuyama, 2005:212).

Terdapat dua jenis resiprositas, yaitu resiprositas sebanding (*balanced reciprocity*) dan resiprositas umum (*generalized reciprocity*) (Damsar, 2009: 105-107) Resiprositas sebanding merupakan kewajiban membayar dan membalas kembali kepada orang atau kelompok lain atas apa yang mereka berikan atau lakukan secara merata, seringkali, langsung atau terjadwal. *Resiprositas* umum merupakan kewajiban memberi atau membantu orang atau kelompok lain tanpa mengharapkan pengembalian, pembayaran atau balasan yang setara dan langsung.

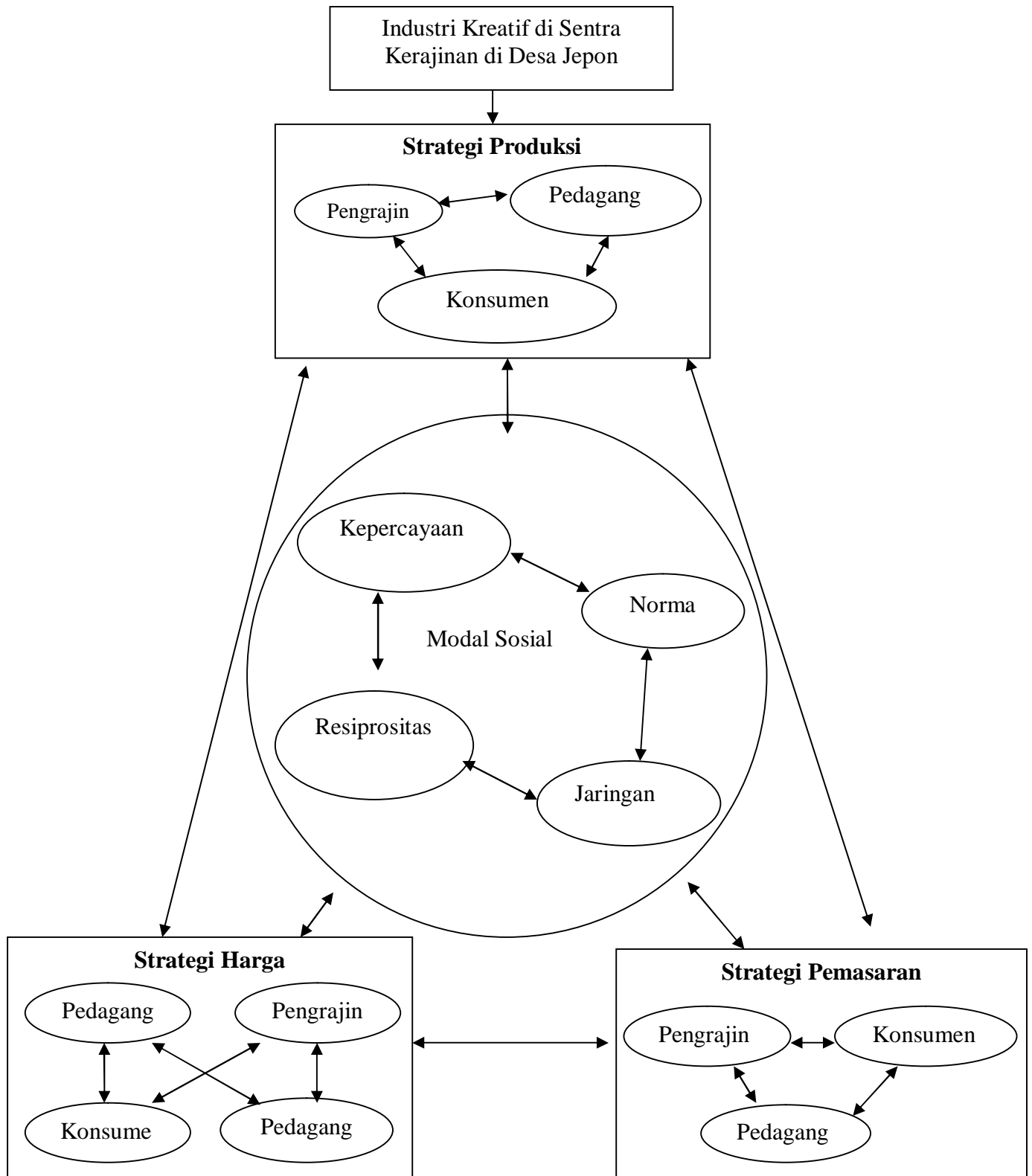
3. Penelitian Relevan

- a. Penelitian Eni Fitriawati tentang “Modal Sosial dalam Strategi Industri Kecil (Studi industri kecil slondok di Desa Sumurarum, Kecamatan

Grabag Kabupaten Magelang). Penelitian ini bertujuan mendeskripsikan profil industri slondok, mulai dari sejarah, komponen industri (pengrajin, penadah, pemasok, buruh, bahan baku, teknologi), dan mendeskripsikan bagaimana modal sosial dalam strategi industri industri slondok di Desa Sumurarum, Kecamatan Grabag, Kabupaten Magelang.

- b.** Penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Dian Kurniawan Penelitian yang berjudul Modal Sosial Dalam Industri Kreatif (Studi di PT. Aseli Dagadu Djokdja). Penelitian ini dimaksud untuk mengetahui bagaimana peran modal sosial yang ada di PT. Aseli Dagadu dan kreasi baru sehingga tetap produktif sampai sekarang. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif.

4. Kerangka Pikir



Bagan 1: Kerangka Pikir

C. METODE PENELITIAN

1. Lokasi Penelitian

Peneliti mengambil lokasi di Sentra Kerajinan kayu jati Desa Jepon, Kecamatan Jepon Blora Jawa Tengah sebagai lokasi untuk melaksanakan penelitian ini. Penelitian ini dilakukan selama 2 bulan pada bulan Mei sampai Juni 2012.

2. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif analisis deskriptif.

3. Sumber Data

Berdasarkan sumbernya, data dibedakan menjadi data primer dan data sekunder. Sumber data primer dalam penelitian ini adalah beberapa informan yang merupakan pengurus paguyuban, pengrajin dan pedagang yang ada di sentra kerajinan kayu jati di Desa Jepon Kabupaten Blora. Informan yang terdiri dari pengrajin tersebut terdiri dari pengrajin bubut kayu jati, ukiran, akar jati, baik yang ikut dalam paguyuban maupun yang tidak ikut dalam paguyuban. Sumber data sekunder dalam penelitian ini berasal dari buku-buku, jurnal, media cetak disamping itu juga mengambil data dari arsip dan foto-foto sebagai bukti akurat telah melakukan penelitian.

4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik yang digunakan dalam pengumpulan data dalam penelitian ini melalui observasi yang dilakukan peneliti melihat bagaimana kondisi fisik serta sosial yang terdapat disentra kerajinan yang berlokasi di sepanjang jalan Blora-Cepu tersebut. Disamping itu peneliti juga melakukan pengamatan terhadap jumlah kios yang buka, kerajinan apa saja yang diproduksi, kondisi pengrajin, sarana dan prasarana yang tersedia di sentra kerajinan, serta proses produksi pembuatan kerajinan kayu jati. Peneliti melakukan wawancara dengan Ketua Paguyuban Jati Mulya, pengrajin bubut kayu jati, ukiran kayu jati, pengrajin kerajinan akar jati, serta beberapa pedagang yang terdapat disentra kerajinan di

sentra kerajinan tersebut. Dokumentasi atau Foto yang peneliti ambil adalah mengenai lokasi sentra, keadaan sentra, serta aktifitas pedagang dan pengrajin di sentra kerajinan Desa Jepon.

5. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini yaitu dengan teknik *Purposive Sampling*. Adapun yang menjadi informan dalam penelitian ini adalah ketua paguyuban Jati Mulya, para pengrajin, pedagang sebagai anggota paguyuban Jati Mulya yang memasarkan hasil kerajinannya di sentra, serta beberapa Pengrajin yang mengelola usaha kerajinan di luar sentra kerajinan. Pengrajin yang dijadikan informan dalam penelitian ini berjumlah 10 orang dengan karakteristik adalah pengrajin bubut kayu jati, ukiran, akar jati, pedagang di kios baik yang ikut dalam anggota Paguyuban atau diluar Paguyuban.

6. Validitas Data

Validitas data pada penelitian ini menggunakan teknik triangulasi. Teknik triangulasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah triangulasi sumber, yakni membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan dan informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda. Hal ini dapat dicapai melalui jalan : 1) membandingkan data hasil pengamatan dengan hasil wawancara 2) membandingkan apa yang dikatakan orang di depan umum dengan apa yang dikatakan secara pribadi 3) membandingkan apa yang dikatakan orang-orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakannya sepanjang waktu 4) membandingkan keadaan dan perspektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan orang. 5) membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan (Moleong, 2004: 330).

7. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis data Miles n Huberman, yaitu teknik pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, data penarikan kesimpulan. (Miles, 1992:15)

D. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. Deskripsi Wilayah Penelitian

a. Kondisi Lingkungan

Desa Jepon memiliki luas 475.573 Ha. Memiliki koordinat geografis 6 derajat 58'20" LS- 111 derajat 27'33" BT. Batas-Batas Kelurahan Jepon sebelah Utara berbatasan dengan Desa Nglaroh Gunung, Desa Prantaan, dan Desa Geneng, sebelah Timur berbatasan dengan Desa Tempel Lemah Bang, sebelah Selatan berbatasan dengan Turirejo, Semampir dan Kemiri, sebelah Barat berbatasan dengan Desa Seso dan Desa Brumbung. Kelurahan Jepon ini terdiri dari 9 RW dan 53 RT.

Desa Jepon adalah salah satu diantara beberapa Desa yang memproduksi kerajinan baik berupa kerajinan bubut maupun hasil kerajinan kayu jati alam atau gembol. Desa-desa penghasil kerajinan yang lain adalah seperti Desa Tempel yang banyak memproduksi kerajinan jati alam dan gembol kemudian juga ada Desa Klampok yang banyak memproduksi kerajinan bubut. Desa Jepon sendiri memiliki potensi besar di antara desa-desa tersebut karena dikenal sebagai pusat sentra kerajinan baik berupa mebel, bubut maupun akar jati. Menurut Monografi Desa Jepon tahun 2011 jumlah penduduk Laki-laki berjumlah 5.139 jiwa sedangkan penduduk perempuan 5300 jiwa.

b. Sejarah Sentra Kerajinan kayu jati di Desa Jepon

Sejarah sentra kerajinan di Desa Jepon tidak terlepas dari keberadaan pengrajin dari Kayu Jati, baik berupa pengrajin bubut, ukir maupun furniture. Awal mulanya berasal dari perkumpulan pengrajin yang bernama Paguyuban Jati Mulya berdiri pada tahun 1990-an. Bapak Lasmin belajar cara membuat souvenir kayu bubut dengan saudaranya yang ada di Desa Cepu Blora, pada saat itu pula banyak tetangga-tetangga pun ikut membuat dan belajar dari Pak Lasmin, setelah bisa mereka yang mendirikan usaha bubut sendiri. Di Desa

Jepun paling banyak adalah pengrajin yang ada di RW 05. Atas prakarsa dari beberapa teman, maka dengan tujuan agar memperoleh dana lunak dari Bank, mendapat bantuan dan perhatian dari Pemerintah, serta dapat mudah mendapatkan bahan baku maka berdirilah Paguyuban Jati Mulya yang pada saat itu terdiri atas 57 anggota.

Potensi Desa ini lah yang kemudian menjadi latar belakang dibangunnya sentra kerajinan yang berlokasi di sepanjang jalan Blora-Cepu tersebut. Jumlah kios yang dibangun pada waktu itu ada 79 shorum dan awalnya diperuntukkan bagi pengrajin khusus Desa Jepun yang ingin memasarkan kerajinannya. Kondisi shorum sekarang bukan lagi dimiliki oleh pihak pertama akan tetapi sudah beralih ke tangan kedua atau ketiga, ada pula yang ditutup. Dari 79 kios yang ada yang buka sekarang hanya 58 kios saja yang buka 21 kios lainnya tutup. 58 kios yang buka tersebut memiliki karakteristik 45 kios digunakan untuk memasarkan kerajinan baik bubut, ukir atau mebel, sedangkan 13 lainnya digunakan untuk berjualan seperti makanan, sate, sembako dan lain sebagainya.

2. Pembahasan dan Analisis

a. Modal sosial di Sentra Kerajinan kayu jati di Desa Jepun Blora

Dalam hal ini akan dijabarkan modal sosial dalam strategi industri kreatif di sentra Kerajinan kayu jati di Desa Jepun yaitu:

a) Kepercayaan

Kepercayaan merupakan hal yang penting dalam suatu hubungan, bukan hanya yang bersifat sosial atau ekonomi. Pada hubungan kerja, faktor-faktor immaterial seperti kepercayaan dan saling memahami dapat dikatakan pula memiliki pengaruh yang besar dalam hubungan kerja (Heddy, 2003:149). Kepercayaan antar pengrajin dan pedagang dalam di sentra kerajinan kayu jati di Desa Jepun merupakan hal yang sangat penting, dikarenakan kepercayaan menjadi dasar yang baik bagi suatu hubungan kerja.

Kepercayaan yang terjalin adalah kepercayaan antar pengrajin dengan konsumen, pengrajin dengan pedagang ataupun pedagang dengan pedagang.

b) Norma

Norma adalah seperangkat nilai-nilai yang diakui dan ditaati bersama oleh suatu masyarakat. Nilai pada masyarakat industri dapat digunakan untuk mengendalikan, mengembangkan serta meningkatkan produktifitas ekonomi (Kartasapoetra, 1992: 33). Pada sentra kerajinan di Desa Jepon terdapat norma yang mengikat anggota kelompok paguyuban, norma tersebut menyangkut hubungan sosial antar pengrajin dan hubungan kerjasama dalam proses pemasaran barang dagangan. Norma yang mengikat yang terdapat di Sentra yang menyangkut hubungan sosial antar pengrajin terdapat pada Paguyuban jati Mulya. Norma tersebut mengatur bagaimana hubungan antar pengrajin dalam menjaga kepercayaan satu sama lain.

Aturan dalam penetapan harga juga diatur dan dikelola dengan baik antar pengrajin , dalam penetapan harga misalnya antar pengrajin dilarang untuk saling cek-cok satu sama lain, jangan sampai menetapkan harga barang serendah mungkin atau membanting harga juga dihimbau untuk tetap bersaing sehat tapi jangan menjatuhkan.

Kesemua aturan ini pada umumnya belum memiliki sanksi yang tegas dan kuat terhadap pelanggarnya. Hal yang berbeda terdapat pada pengrajin yang di luar paguyuban Jati Mulya dan di luar sentra kerajinan, kelompok paguyuban yang memayungi pengrajin akar jati misalnya yang sering disebut dengan Paguyuban Jati payung emas. Norma yang terdapat pada paguyuban tersebut cukup mengikat pengrajin. Normanya pun mencakup hal-hal yang bukan hanya berkaitan dengan hubungan antar pengrajin akan

tetapi yang bersifat teknis yaitu tentang bahan mentah berupa kayu jati. Bahan mentah dari Blora tidak boleh dikeluarkan dalam bentuk mentahan akan tetapi dalam bentuk barang jadi atau setengah jadi sehingga tidak ada monopoli orang-orang tertentu yang dapat menyebabkan bahan cepat habis. Bagi yang melanggar aturan tersebut dari pihak Paguyuban Jati payung Emas bekerjasama dengan pihak Deperindag, Perhutani, dan Kepolisian untuk menindak bagi siapa aja yang melanggar. Bagi yang terbukti membawa barang mentah di jalan raya maka Polisi berhak menangkap dan sanksinya juga berat.

Norma pada Paguyuban jati Mulya yang berhubungan dengan harga produk kerajinan lebih bersifat teknis, norma lebih bersifat himbauan kepada pengrajin untuk tidak menurunkan harga serendah-rendahnya hingga harga barang di pasaran menjadi kacau. Dari Pihak Ketua Pengrajin sendiri selalu menghimbau agar persaingan sehat harus tetap di lakukan demi menjaga pengrajin-pengrajin kecil agar tetap mempertahankan usahanya. Himbauan ataupun saran tersebut beliau sampaikan ketika para pengrajin dan pedagang berkumpul.

c) Jaringan

Jaringan sosial merupakan suatu hal yang khusus yang mana di dalamnya menghubungkan satu titik dengan titik yang lain (Agusyanto,2007: 13). Jaringan di Sentra kerajinan kayu jati yang ada di Desa Jepon adalah jaringan yang terjadi antar pedagang, antar pengrajin, jaringan antar pedagang dengan pengrajin. Jaringan antar pedagang terdapat dalam hal pemasaran barang walaupun hal ini jarang sekali terjadi mengingat masing-masing kios memiliki strategi dan cara tersendiri untuk memasarkan barang kerajinannya. Kondisi ini terjadi ketika jika terdapat pembeli yang mencari kerajinan di satu kios akan tetapi barang kosong, terkadang

pemilik sorum menyarankan pembeli untuk pergi ke kios A jika ingin mendapatkan barang yang diinginkan. Jaringan antar pedagang dan pengrajin juga terjadi. Jaringan antar pengrajin dan pedagang ini biasanya dalam produk kerajinan.

d) Resiprositas

Resiprositas pada masyarakat mengindikasikan terjadi pertukaran antar satu sama lain, di dalamnya terdapat pola resiprosikal yaitu suatu bentuk perilaku normatif di mana individu-individu membawa nilai dan norma ke dalam proses pertukaran sosial (Heddy, 2003:155). Hal yang sama juga dikemukakan oleh Jausairi Hasbullah dalam pengertian sederhananya mengenai Modal Sosial bahwa modal sosial merupakan sumberdaya kelompok berupa upaya bersama di setiap kelompok masyarakat yang ditopang oleh nilai-nilai atau norma yang membawa perubahan, kohesifitas sosial, *trust*, *resiprositas*, partisipasi, eksternalitas dan digerakkan melalui variasi jaringan (Jausairi, 2011).

Sentra kerajinan khususnya di sentra kerajinan di Desa Jepon Kabupaten Blora dapat kita jumpai satu unsur Modal Sosial yang menggambarkan akan adanya satu pola resiprositas atau hubungan timbal balik dalam hal barang dan harga baik antar pedagang, antar pengrajin maupun antar pedagang dengan pengrajin.

b. Strategi dalam industri kreatif di sentra kerajinan di Desa Jepon

Strategi, menurut Heddy merupakan pola-pola yang dibentuk oleh berbagai usaha yang direncanakan oleh manusia untuk memecahkan masalah yang dihadapi (Heddy, 2003:152-153).

a) Strategi produksi

Strategi Produksi pengrajin dan pengusaha di sentra kerajinan kayu jati di Desa Jepon ini pada umumnya berhubungan dengan bahan, proses finishing serta model kerajinan. Bahan yang digunakan oleh para pengrajin kayu jati dibedakan menjadi dua. Yang pertama adalah kayu jati yang berasal dari kampung dan yang kedua adalah kayu jati dari Perhutani. Kualitas kayu jati dari kampung lebih rendah dibanding dengan kayu jati dari Perhutani. Begitupun pula dengan harga. Harga kayu jati kampung lebih murah dibandingkan dengan kayu jati Perhutani. Strategi produksi dalam hal finishing juga banyak diterapkan di sentra kerajinan ini. Finishing kayu yang sempurna mampu meningkatkan nilai jual terhadap produk kerajinan itu sendiri. Tahap Finishing yang baik dapat dijadikan sebagai trik untuk meningkatkan minat pembeli.

Strategi yang terakhir yang diterapkan di sentra oleh pengrajin adalah dalam hal inovasi produk dan model kerajinan. Inovasi produk yang menghasilkan produk yang lain daripada yang lain dapat dijadikan sebagai salah satu strategi produksi yang memberikan akibat positif bagi minat pembeli. Model kerajinan bubut yang ada di sentra kerajinan pada umumnya ada yang berasal dari pesanan dari konsumen, ada pula yang berasal dari kreatifitas pengrajin yang kemudian disetorkan kepada pedagang. Sedangkan pada kerajinan ukir pada umumnya para pengrajin membuat kerajinan sesuai dengan bahan baku *gembol* yang ada, hal ini dikarenakan masing-masing bahan baku *gembol* ini memiliki karakteristik yang berbeda, artinya memiliki bentuk dan besar ukuran tersendiri sehingga ukiran yang dihasilkan pun berbeda sesuai dengan kreatifitas dan imajinasi pengrajin.

b) Strategi harga

Penetapan harga yang diterapkan oleh pedagang di sentra kerajinan di Desa Jepon kebanyakan mengacu pada barang kerajinan yang dihasilkan baik dari segi kualitas bahan dan

finishingnya. Kemudian ada pula pedagang yang sengaja menetapkan harga tinggi pada satu kerajinan yang tidak ditemukan ditempat lain, hal ini akan mendatangkan minat pembeli untuk kembali ke kios tersebut.

Strategi harga yang diterapkan oleh pengrajin berbeda lagi, strategi harga yang digunakan pada prinsipnya hampir sama dengan pedagang yakni melihat dari hasil kerajinan yang ada, akan tetapi sedikit berbeda, perbedaannya terdapat pada patokan harga yang ditetapkan. Harga yang sudah ditetapkan adalah merupakan harga yang sudah biasa ditetapkan pada satu jenis barang tersebut. Misalnya pada harga gantungan topi dari pengrajin sudah biasa dihargai 70 ribu rupiah, baik pedagang maupun pengrajin sudah mengetahui kisaran harga pada masing-masing produk kerajinan, oleh karena itu pengrajin kesulitan untuk menaikkan harga karena apabila dinaikkan tentunya pedagang akan mengambil kerajinan dari pengrajin lain yang harganya lebih murah.

Strategi harga yang berbeda juga diterapkan oleh pengrajin yang berdiri secara perorangan, dan tidak menyetorkan hasil kerajinannya kepada pihak kedua, pengrajin seperti ini menggunakan penetapan harga atas dasar proses pembuatan barang disamping dipengaruhi faktor bahan dan finishingnya.

Strategi harga bukan hanya dalam penetapan harga suatu produk kerajinan, akan tetapi juga mencakup strategi harga yang digunakan dan ditetapkan ketika kios lain membeli barang. Dalam hal ini strategi harga yang digunakan untuk menetapkan harga adalah dengan menetapkan harga jual sendiri kemudian dikurangi beberapa persen keuntungan untuk diberikan kepada si pembeli.

c) Strategi Pemasaran

Strategi Pemasaran yang terdapat pada sentra kerajinan di Desa Jepon dapat dijabarkan yaitu dengan mengikuti banyak pameran, memanfaatkan email, *social media* seperti *facebook*,

twitter dan pada tingkatan yang lebih sederhana pemasaran tersebut dapat melalui komunikasi secara langsung dengan pelanggan melalui telepon, kartu nama, memasarkan langsung ke ruko atau bahkan pemasaran secara alami misalnya lewat mulut ke mulut.

c. Peran Modal Sosial dalam strategi industri kreatif di Sentra Industri Kayu Jati Desa Jepon

a. Peran Norma dalam Strategi industri kreatif di sentra Industri kayu Jati di Desa Jepon adalah antara lain:

- a) Pengrajin menjadi hati-hati dalam proses perolehan bahan baku.
- b) Mempererat hubungan pengrajin dengan konsumen.
- c) Mempererat hubungan sosial antar pengrajin, antar pedagang ataupun antar pengrajin dan pedagang.
- d) Persaingan antar pengrajin dapat terjalin secara sehat.

b. Peran kepercayaan dalam Strategi industri kreatif di sentra Industri kayu Jati di Desa Jepon

- a) Transaksi dengan konsumen menjadi lancar.
- b) Proses negosiasi harga kerajinan antar pengrajin atau antar pedagang dapat terselenggara dengan baik.
- c) Barang dapat selesai tepat waktu sesuai dengan keinginan konsumen.
- d) Transaksi produk kerajinan antara pengrajin dan pedagang menjadi lancar.
- e) Pemasaran menjadi semakin luas, dan menambah kepercayaan konsumen akan kualitas produk.

c. Peran Jaringan dalam sentra kerajinan kayu di Desa Jepon.

- a) Memperluas pemasaran produk kerajinan.
- b) Mempermudah pengrajin memperoleh bahan baku.
- c) Meningkatkan hubungan baik antar pengrajin, antar pedagang atau antar pengrajin dengan pedagang.
- d) Memudahkan pengrajin dalam mendapatkan pesanan.

- e) Menjadi bahan pertimbangan pedagang maupun pengrajin dalam menetapkan harga kerajinan

d. Peran resiprositas di Paguyuban jati Mulya.

- a) Ketersediaan produk kerajinan akan selalu tersedia.
- b) Memberikan keuntungan yang sama bagi pedagang maupun pengrajin dalam pemasaran
- c) Memberikan keuntungan yang sama bagi antar pedagang dalam hal harga

Dari paparan penjelasan diatas maka dapat disimpulkan bahwa peran modal sosial dalam strategi industri kreatif di sentra kerajinan kayu jati di Desa Jepon Blora adalah sebagai berikut:

Tabel 1.1: Peran Modal Sosial dalam Strategi Industri Kreatif di Sentra Kerajinan Kayu Jati di Desa Jepon.

Unsur Modal Sosial		Strategi Produksi	Strategi Harga	Strategi Pemasaran
Norma	Norma	Aturan yang melarang penjualan bahan baku dalam bentuk bahan mentah ke luar daerah Blora	Aturan yang melarang untuk tidak menetapkan harga kerajinan serendah mungkin baik antar pedagang maupun antar pengrajin	<ul style="list-style-type: none"> Aturan untuk bersaing secara sehat dan tidak saling cek cok dengan pengrajin maupun pedagang yang lain. Aturan mengenai proses transaksi antara konsumen dengan pengrajin
	Peran Norma	Pengrajin menjadi hati-hati dalam proses perolehan bahan baku.	Persaingan antar pengrajin dapat terjalin secara sehat.	<ul style="list-style-type: none"> Mempererat hubungan sosial antar pengrajin, antar pedagang ataupun antar pengrajin dan

				pedagang ▪ Mempeperat hubungan pengrajin dengan konsumen.
Kepercayaan	Kepercayaan	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Kepercayaan antar pengrajin maupun antar pedagang dalam memperoleh barang kerajinan yang berkualitas sama. ▪ Kepercayaan pengrajin kepada konsumen dalam pemesanan barang dan transaksi pembayaran 	Kepercayaan antar pedagang dalam hal penetapan harga	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Kepercayaan antara konsumen dengan konsumen ▪ Kepercayaan antara pengrajin dengan pedagang
	Peran Kepercayaan	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Transaksi pembayaran dengan konsumen menjadi lancar ▪ Barang dapat selesai tepat waktu sesuai dengan keinginan konsumen 	Proses negosiasi harga kerajinan antar pengrajin atau antar pedagang dapat terselenggara dengan baik.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Transaksi produk kerajinan antara pengrajin dan pedagang menjadi lancar ▪ Pemasaran menjadi semakin luas, dan menambah kepercayaan konsumen akan kualitas produk
Jaringan	Jaringan	Terdapat jaringan antar pedagang, antar pengrajin	Jaringan antar pedagang dan antar pengrajin	Terdapat jaringan antara pedagang dengan pengrajin
	Peran Jaringan	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Mempermudah pengrajin memperoleh bahan baku. ▪ Meningkatkan hubungan baik antar pengrajin, antar 	Informasi yang adadalam jaringan menjadi bahan pertimbangan pedagang maupun pengrajin dalam	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Memperluas pemasaran produk kerajinan ▪ Memudahkan Pengrajin dalam mendapatkan pesanan.

		pedagang atau antar pengrajin dengan pedagang.	menetapkan harga kerajinan	
Resiprositas	Resiprositas	Timbal balik dalam hal produk kerajinan	Timbal balik antar pedagang	Timbal balik pedagang dengan pengrajin dalam hal pemesanan produk kerajinan.
	Peran Resiprositas	Ketersediaan produk kerajinan akan selalu tersedia.	Memberikan keuntungan yang sama bagi antar pedagang	Memberikan keuntungan yang sama bagi pedagang maupun pengrajin

E. KESIMPULAN DAN SARAN

1. Kesimpulan

Industri kerajinan di Desa Jepon berawal dari banyaknya masyarakat yang memanfaatkan kayu jati untuk dijadikan kerajinan. Kemudian dengan tujuan agar memperoleh dana lunak dari Bank, mendapat bantuan dan perhatian dari Pemerintah, serta dapat mudah mendapatkan bahan baku maka berdirilah Paguyuban Jati Mulya yang pada saat itu terdiri atas 57 anggota, hingga akhirnya berdirilah suatu Paguyuban Jati Mulya dan dibangun pula sentra kerajinan sebagai salah satu tempat pemasaran barang-barang kerajinan.

Modal sosial yang terdiri atas norma, kepercayaan, jaringan dan resiprositas dapat ditemukan di sentra kerajinan ini. Norma yang ada menyangkut aturan dalam memperoleh bahan baku, Aturan yang melarang untuk tidak menetapkan harga kerajinan serendah mungkin baik antar pedagang maupun antar pengrajin, Aturan mengenai proses transaksi antara konsumen dengan pengrajin juga mengenai aturan untuk membina hubungan sosial antar pedagang dan pengrajin dengan baik. Pada umumnya norma muncul adalah norma yang bersifat formal dan informal. Norma yang bersifat formal adalah mengenai cara pengambilan bahan baku yang dalam hal ini tidak boleh dijual dalam bentuk bahan mentah ke

luar Blora jika hal tersebut dilanggar akan mendapat sanksi dari pihak Polisi atau Dinas Kehutanan. Norma Informal berkaitan dengan aturan mengenai penetapan harga kerajinan maupun tentang aturan menjaga hubungan baik dan persaingan yang sehat antar pedagang maupun antar pengrajin.

Kepercayaan di sentra kerajinan terjalin antar pengrajin dengan konsumen, pengrajin dengan pedagang ataupun pedagang dengan pedagang. Kepercayaan antara pedagang dengan konsumen biasa terjadi dalam hal produk serta cara transaksi pembayaran. Kepercayaan antar pedagang biasanya terjadi dalam kerjasama pada pasokan barang kondisi seperti ini terjalin ketika terdapat permintaan yang besar akan tetapi stok terbatas sehingga menyebabkan pedagang mengambil barang kepada pedagang yang lain. Resiko kualitas barang yang diambil dapat berbeda dengan kualitas barang dari pedagang sendiri, maka dari itu diperlukan kepercayaan yang baik antar pedagang dalam membina hubungan juga tentunya dalam memilih pedagang yang benar-benar memiliki barang berkualitas yang sama. Kepercayaan pengrajin kepada konsumen dalam pemesanan barang dan transaksi pembayaran juga muncul.

Jaringan di Sentra kerajinan kayu jati yang ada di Desa Jepon adalah jaringan yang terjadi antar pedagang, antar pengrajin, jaringan antar pedagang dengan pengrajin. Jaringan antar pedagang maupun antar pengrajin pada umumnya sama yakni dalam hal pemasaran produk kerajinan. Jaringan antar pedagang dan pengrajin juga terjadi. Jaringan antar pengrajin dan pedagang ini biasanya dalam produk kerajinan. Jaringan yang luas dengan pengrajin dapat memudahkan pedagang dalam memilih serta mendapatkan produk kerajinan yang berkualitas juga dapat memberikan mendapatkan produk kerajinan berkualitas dan mungkin dengan harga yang murah.

Sentra kerajinan khususnya di sentra kerajinan di Desa Jepon Kabupaten Blora dapat kita jumpai satu unsur Modal Sosial yang menggambarkan akan adanya satu pola resiprositas atau hubungan timbal

balik dalam hal barang dan harga baik antar pedagang, antar pengrajin maupun antar pedagang dengan pengrajin. resiprositas atau timbal balik tersebut dalam hal produk kerajinan serta timbal balik pedagang dengan pengrajin dalam hal pemesanan produk kerajinan. Kondisi ini terjadi ketika barang yang diinginkan oleh pembeli stoknya sedang habis maka barang diambilkan dari kios lainnya. Selain antar pedagang para pengrajin yang melakukan proses timbal balik dengan tukar menukar info baik pesanan ataupun harga.

Modal sosial juga berperan dalam strategi industri di sentra Kerajinan di desa jepon. Peran norma dalam strategi industri kreatif di sentra kerajinan di Desa Jepon adalah pengrajin menjadi hati-hati dalam proses perolehan bahan baku, mempererat hubungan pengrajin dengan konsumen, mempererat hubungan sosial antar pengrajin, antar pedagang ataupun antar pengrajin dan pedagang, persaingan antar pengrajin dapat terjalin secara sehat.

Peran kepercayaan dalam strategi industri kreatif di Sentra kerajinan di Desa Jepon adalah transaksi dengan konsumen menjadi lancar, proses negosiasi harga kerajinan antar pengrajin atau antar pedagang dapat terselenggara dengan baik, barang dapat selesai tepat waktu sesuai dengan keinginan konsumen. Peran Jaringan dalam strategi industri kreatif di Sentra kerajinan kayu di Desa Jepon adalah memperluas pemasaran produk kerajinan, mempermudah pengrajin memperoleh bahan baku, meningkatkan hubungan baik antar pengrajin, antar pedagang atau antar pengrajin dengan pedagang, Memudahkan pengrajin dalam mendapatkan pesanan. Peran Resiprositas dalam strategi industri kreatif di Sentra kerajinan kayu di Desa Jepon adalah ketersediaan produk kerajinan akan selalu tersedia, Memberikan keuntungan yang sama bagi pedagang maupun pengrajin.

2. Saran

Dari paparan simpulan di atas maka dapat dinyatakan Modal sosial berperan dalam strategi industri kreatif khususnya di Sentra Kerajinan

kayu jati, untuk itu agar eksistensi industri kreatif dapat maju terus maka di perlukan kesadaran dari pengrajin, pedagang untuk menjaga dan mempertahankan hubungan sosial yang baik antar pengrajin, antar pedagang, ataupun antar pedagang dan pengrajin dalam hal kepercayaan maupun jaringanya, mempertahankan dan memupuk modal sosial yang sudah ada dalam perkembangan industri kreatif di Desa Jepon baik kerajinan yang bubut, ukir. Selain itu pula di perlukan perhatian dari Pemerintah Daerah terhadap perkembangan industri kreatif kayu jati di sentra kerajinan di Desa Jepon, memberikan pelatihan-pelatihan bagi para pengrajin sehingga kerajinan yang dihasilkan dapat lebih inovatif, memberikan penyuluhan akan teknologi informasi sehingga mempermudah pedagang dan pengrajin dalam memasarkan hasil kerajinan.

DAFTAR PUSTAKA

- Agusyanto, Ruddy. (2007). *Jaringan Sosial Dalam Organisasi*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Damsar. (2009). *Pengantar Sosiologi Ekonomi*. Jakarta: Kencana.
- Depdiknas. (2008). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Gramedia.
- Eni Fitriawati. (2011). Modal Sosial dalam Strategi Industri Kecil (studi industri kecil Slondok di Desa Sumurarum, Kecamatan Grabag Kabupaten Magelang). *Skripsi-S1*. Yogyakarta: Jurusan Pendidikan Sosiologi, FIS UNY.
- Francis Fukuyama.(2005). *Guncangan Besar Kodrat Manusia dan Tata Sosial Baru*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Heddy shri Ahimsa- Putra dkk, (2003). *Ekonomi Moral Rasional dan Politik dalam Industri Kecil di Jawa*. Yogyakarta: Kepel Press.
- Jousairi Hasbullah (2011). *Modal Sosial* diakses dari <http://jousairihasbullah.blogspot.com/2007/07/social-capital-suatu-organisasi-atau.html> pada tanggal 23 Maret 2012 Pukul 21.05 WIB

- John Field. (2011). *Modal Sosial*. Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- Kartasapoetra. (1992). *Sosiologi Industri*. Jakarta: Rineka Putra.
- Kasmir. (2011). *Kewirausahaan*. Jakarta: Rajawali press persada.
- Lexy J Moleong. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung: Remaja Persada Karya.
- Miles dan Huberman.(1992). *Analisis Data Kualitatif*. Jakarta: UI Press.
- Muhammad Dian Kurniawan. (2011). *Modal Sosial Dalam Industri Kreatif (Studi di PT. Aseli Dagadu Djokdja) Skripsi-S1*. Yogyakarta: Jurusan Pendidikan Sosiologi, FIS UNY.
- Suryana.(2007). *Kewirausahaan pedoman praktis kiat dan proses menuju sukses*. Jakarta: Salemba Empat.
- Yasfar Amir.(2010). *Pendidikan Tinggi Seni dalam Dinamika Industri Kreatif dan Perannya Dalam Membangun Karakter Bangsa*. Diakses dari [http://bappeda.semarang.go.id/uploaded/publikasi/Analisis Potensi Sosial Ekonomi Dan Budaya Masyarakat Di Wilayah Kota Semarang Dalam Pengembangan Industri Kreatif - ARTININGSIH dkk.pdf](http://bappeda.semarang.go.id/uploaded/publikasi/Analisis_Potensi_Sosial_Ekonomi_Dan_Budaya_Masyarakat_Di_Wilayah_Kota_Semarang_Dalam_Pengembangan_Industri_Kreatif_-_ARTININGSIH_dkk.pdf) pada tanggal 16 September 2012 Pukul 11.00 WIB